

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GRAND WAHID HOTEL SALATIGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP KONSUMEN

¹Regina Laurencya, ²Lina Sinatra Wijaya
³George Nicholas Huwae

Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia
Email: ¹602013605@student.uksw.edu, ²lina.sinatra@staff.uksw.edu,
³nicholas.huwae@staff.uksw.edu

Abstract

The service quality is a form of consumer assessment towards the service provided by the company. Grand Wahid's service quality can be practically said successful from any comments provided by its customers even though sometimes there are bad comments from consumers regarding services provided Grand Wahid. This success can be influenced by the employees as well as the marketing communications strategy used by the organization. Marketing communications strategy has a very important role in the business world because it has a position as an intermediary between producers and consumers and also it can maintain the viability of the company.

The purpose of this research is to know how the marketing communication strategy undertaken Grand Wahid Hotel Salatiga in improving customer services is. This study used a qualitative research method with a descriptive approach, by using interviews and observations for getting the data.

From the research, it shows that the Grand Wahid Hotel Salatiga has two marketing communication strategies in an effort to improve the service to consumers. The first strategy is by giving trainings for the employees to increase, improve and enhance the performance of employees. The second strategy is by maximizing the products and facilities provided by the hotel. Both of these strategies are done in an effort to improve and maximize the performance of employees in order to improve the service to consumers.

Keywords: *Marketing Communications Strategy, Consumer Services*

¹ Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Jurusan *Public Relations*, Universitas Kristen Satya Wacana

² Staf Pengajar Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

³ Staf Pengajar Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Kualitas pelayanan Grand wahid dapat dibilang sudah berhasil dilihat dari setiap komentar yang diberikan oleh konsumennya walaupun terkadang ada komentar yang buruk dari konsumen mengenai pelayanan yang diberikan Grand Wahid. Keberhasilan tersebut dapat dipengaruhi antara lain oleh karyawan maupun dengan strategi pemasarannya. Strategi komunikasi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting dalam dunia bisnis karena mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen sekaligus dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Tujuan penelitian ini untuk melihat dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Grand Wahid Hotel Salatiga dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana wawancara dan observasi digunakan untuk memperoleh data.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Grand Wahid Hotel Salatiga memiliki 2 strategi komunikasi pemasaran dalam upaya meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Strategi yang pertama yaitu pelatihan karyawan yang bertujuan untuk menambah, memperbaiki dan meningkatkan kinerja karyawan. Strategi yang kedua yaitu memaksimalkan produk dan fasilitas, strategi ini dapat menunjang kualitas pelayanan yang diberikan. Kedua strategi ini dilakukan dalam upaya memperbaiki serta memaksimalkan kinerja karyawan agar dapat meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Pelayanan Konsumen